

PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOSERBA GAJAH MADA DI JOMBANG

Nova Putri Vidawanti, Parjono
Universitas Negeri Surabaya

Page | 91

Tujuan dari penelitian adalah menganalisis pengaruh suasana toko dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan pada Toserba Gajah Mada Jombang. Responden penelitian ini adalah pelanggan ataupun pengunjung pada Toserba. Sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan rumus Slovin taraf kesalahan 10%. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menjelaskan bahwa suasana toko secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, suasana toko dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Suasana Toko, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, setiap bisnis ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat membeli konsumen. Menarik konsumen melakukan pembelian tidak hanya dapat dilakukan dengan memberikan diskon, door prize, atau kegiatan promosi lainnya. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan cara memberikan suasana yang menyenangkan bagi konsumen pada saat di dalam toko, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan melakukan pembelian.

Didalam suasana toko (Foster, 2008:60) terdapat beberapa karakteristik fisik dalam (*instore*) yang meliputi pencahayaan, ventilasi, tata letak barang, dan musik. Untuk karakteristik fisik luar (*outstore*) yang meliputi tempat parkir, lokasi, dan papan nama. Sedangkan untuk kualitas layanan ada beberapa indikator yang meliputi daya tanggap, jaminan dan empati. Fenomena yang terjadi pada suasana toko karakteristik fisik dalam (*instore*) yaitu pencahayaan dimana cahaya dapat menerangi seluruh ruangan, sehingga tidak membuat konsumen kesulitan mencari barang. Ventilasi berupa jendela yang kegunaannya agar suasana didalam toko tidak pengap dan sinar matahari bisa langsung masuk ke dalam toko. Tata letak barang yang ditata rapi sesuai jenisnya membuat konsumen lebih mudah dalam mencari barang. Musik tujuannya agar konsumen semakin betah dan tidak bosan pada saat berbelanja. Untuk fenomena yang terjadi pada suasana toko karakteristik fisik luar (*outstore*) yaitu tempat parkir yang luas sehingga tidak menyulitkan konsumen saat membawa kendaraan, baik kendaraan roda 2 maupun roda 4. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Papan nama yang tujuannya agar konsumen mudah dalam mencari toko.

Sedangkan fenomena yang terjadi pada kualitas layanan yaitu daya tanggap karyawan dalam memberikan informasi secara tepat pada konsumen, serta tidak ada yang menunjukkan sikap yang kurang sopan pada konsumen. Jaminan yaitu karyawan di dalam toko sudah berpengalaman dan tahu tugasnya masing-masing, sehingga sangat mudah bagi karyawan dalam memberikan informasi yang benar pada konsumen. Empati, setiap karyawan bersikap ramah dan peduli kepada semua konsumen.

Toserba yang merupakan pusat perbelanjaan dengan menggunakan konsep yang sederhana, yang memiliki desain seperti toko biasa. Memiliki banyak produk yang lengkap, serta memiliki gaya yang mirip seperti supermarket. Banyak sekali kompetitor yang ada dalam bisnis ritel yang ada di Jombang diantaranya B-Mart, Keraton, Mitra, Bravo, Superindo Linggar Jati. Tetapi bisnis ritel yang dari dulu sampai sekarang masih bertahan dan konsumennya masih setia membeli yaitu Toserba Gajah Mada.

Toserba Gajah Mada merupakan bisnis ritel yang kreatif dan berani tampil beda dengan suasana toko yang menarik. Toserba Gajah Mada ini beralamat di Jl. Jend. A. Yani No. 72 Jombang atau lebih tepat pada pusat kota Jombang. Toserba Gajah Mada buka setiap hari pukul 08.00 sampai 21.00 WIB. Konsumen yang datang di Toserba Gajah Mada kurang lebih 70 konsumen setiap harinya, konsumen yang datang sebagian besar biasanya berbelanja kebutuhan sehari-hari. Toserba Gajah Mada ini memiliki 8 karyawan. Setiap karyawan memakai seragam, sehingga konsumen bisa membedakan antara karyawan dan konsumen lainnya. Toserba Gajah Mada ini memiliki karakteristik dalam toko (*instore*) yaitu pencahayaannya bagus. Dimana cahaya lampu yang dapat menerangi seluruh ruangan, selain ruangan cahaya lampu juga bisa menerangi etalase-etalase yang ada diruangan. Sehingga tidak menyulitkan konsumen dalam berbelanja di toserba tersebut. Ventilasi yang berupa jendela dan angin-angin bertujuan agar ruangan tidak pengap dan cahaya sinar matahari bisa langsung masuk ke dalam ruangan, sehingga bisa menerangi ruangan dan etalase-

etalase barang. Tata letak barang yang ada di toserba tersebut di tata rapi menurut jenis produknya agar konsumen tidak kesulitan dalam mencari barang pada saat berbelanja. Di dalam toserba juga tersedia musik yang tujuannya agar konsumen yang berbelanja di toserba tersebut tidak merasa bosan dan jenuh.

Selain memiliki karakteristik dalam toko (*instore*) Toserba Gajah Mada juga memiliki karakteristik luar toko (*outstore*) diantaranya yaitu tempat parkir yang sangat luas dan terdapat penjaga parkir/tukang parkir, sehingga konsumen yang berbelanja di toserba tersebut tidak merasa khawatir akan kendaraanya. Untuk lokasi toserba tersebut sangat strategis yaitu dipinggir jalan raya dan tepatnya di pusat Kota Jombang, sehingga memudahkan konsumen untuk mencari lokasi toserba tersebut. Papan nama yang ada di depan toserba cukup jelas dan konsumen bisa langsung membacanya pada saat berjalan.

Toserba Gajah Mada juga memiliki kualitas layanan yang cukup baik. Toserba ini memiliki kualitas layanan yang diantaranya daya tanggap karyawan, jaminan bagi konsumen serta empati karyawan kepada konsumen. Daya tanggap karyawan yang ada di toserba tersebut apabila ada konsumen yang kesulitan dalam mencari barang atau tidak tahu letak etalase produk maka karyawan langsung mengantar konsumen ke tempat etalase yang diinginkan konsumen. Selain itu, setiap ada konsumen yang membeli produk susu dan kesulitan dalam mencari produk susu, konsumen tidak perlu khawatir karena ada karyawan yang selalu berdiri disamping etalase produk susu. Karyawan tersebut akan selalu bertanya tentang merek susu, rasa susu, dan akan selalu mengingatkan tanggal kadaluwarsanya kepada konsumen yang akan membeli produk susu.

Jaminan untuk konsumen yang ada di toserba Gajah Mada yaitu apabila ada konsumen yang ingin tukar barang atau barangnya ketinggalan di kasir dapat tukar atau mengambilnya di kasir dengan catatan harus hari itu juga dan membawa struk belanja. Dan apabila karyawan bagian kasir lupa memberikan struk belanja pada konsumen, maka konsumen dinyatakan gratis tanpa membayar belanjanya. Bentuk empati yang ada di toserba tersebut yaitu karyawan bersikap ramah dan peduli kepada semua konsumen. Apabila ada konsumen yang lupa membawa keranjang belanja pada saat berbelanja, maka karyawan segera mengambilkan keranjang belanja untuk konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apakah suasana toko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang?
3. Apakah suasana toko dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap

keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang?

TINJAUAN PUSTAKA

Suasana Toko

Alma (2011:60) mendefinisikan suasana toko yang meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam pramuniaga, pajangan barang, yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan untuk membeli”.

Indikator Suasana Toko

Foster (2012:490) menyebutkan tiga indikator *atmosphere*, yang intinya:

1. *Outstore*, meliputi keseluruhan bangunan yang dapat dilihat dari bentuk bangunan, pintu masuk, dan lain-lain.
2. *Instore*, desain interior yang dimiliki toko eceran pada dasarnya harus sesuai dengan desain eksteriornya. Beberapa komponen yang dapat didefinisikan untuk interior adalah estetika perancangan ruang, dan tata letak (*lay out*) toko.
3. *Layout*, pengaturan secara fisik, perlengkapan tetap dan departemen di dalam toko.

Kualitas Layanan

Kotler dan Keller (2009:143) mendefinisikan bahwa totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.

Indikator Kualitas Layanan

Lovelock (2005:98) cara pelanggan menilai kualitas layanan menggunakan lima dimensi yaitu:

1. Kehandalan: Apakah perusahaan dapat diandalkan dalam menyediakan jasa seperti yang dijanjikan dari waktu ke waktu.
2. Daya tanggap: Apakah karyawan perusahaan tersebut senang membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat.
3. Jaminan: Apakah karyawan jasa memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, santun, kompeten, dan dapat dipercaya.
4. Empati: Apakah perusahaan jasa tersebut memberikan perhatian yang besar dan khusus.
5. Keberwujudan: Fasilitas fisik dan perlengkapan meliputi penitipan barang, keranjang belanja, tas/kantong belanja, dan kardus untuk belanja yang lebih banyak.

Keputusan Pembelian

Setiadi (2003:415) mendefinisikan bahwa “Keputusan pembelian merupakan proses perintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku kognitif dan memilih salah satu diantaranya”.

Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun Variabel yang digunakan pada penelitian ini ialah yaitu suasana toko (X_1), kualitas layanan (X_2), dan keputusan pembelian (Y). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket dan wawancara. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang melakukan pembelian Toserba Gajah Mada di Jombang sebanyak 82 responden. Sampel pada penelitian diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Ringkasan Hasil Analisis Data

a. Hasil Uji Linieritas

Hasil uji pada tabel *Test for Linearity* terdapat hasil nilai signifikansi yang menunjukkan angka $0.000 < 0.05$, hasil pada data menunjukkan terdapat hubungan linier antara variabel suasana toko dan kualitas layanan dengan variabel keputusan pembelian.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Nilai dari variabel suasana toko dan kualitas layanan sebesar 0,945 atau lebih dari 0,1 artinya tidak terjadi multikolinearitas pada persamaan regresi ini. Hal ini bisa sama terjadi jika pengamatan berdasar VIF yaitu sebesar 1,058 atau nilai VIF lebih kecil dari 10,

c. Hasil Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 1.234 dan signifikan pada .095 hal ini berarti H_0 ditolak yang berarti data residual terdistribusi tidak normal.

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Hal ini didukung dengan Uji Glejser yang menyatakan bahwa jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut

No	Jenis uji	Persamaan	Hasil uji			Syarat	Keterangan
1.	Uji Linieritas	$Y = a + bX$	0,005			$< 0,005$	Terdapat hubungan linier
2.	Uji Multikolinieritas	$KP = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 CM + e_i$	Tol				Tidak terjadi multikolinearitas
			ST	.945			
			KL	.945			
			VIF				
			ST	1,058			
3.	Uji Normalitas	$KP = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 CM + e_i$	98,8%			Pvalue $> 5\%$	Nilai residual berdistribusi normal
						PValue $> 5\%$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
4.	Uji Heteroskedastisitas	$Res_2 = \alpha + \beta_1 ST + \beta_2 e_i$	ST			PValue $> 5\%$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
			KL			PValue $> 5\%$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
5	Uji F	$KP = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 CM + e_i$	0.005			$0,0\% < 5\%$	Model Fit
6.	Uji T	$KP = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 CM + e_i$	B				
			ST	0,14	.272	Pvalue $< 5\%$	SK berpengaruh terhadap KP
			KL	0,13	.173		KL berpengaruh terhadap KP

(AbsUt).

e. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

F hitung adalah 5,712 dengan tingkat signifikansi 0,005. Nilai signifikansi sebesar 0,005 jauh lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi bisa di pakai untuk memprediksi keputusan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa suasana toko dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap

keputusan pembelian. Pernyataan ini sekaligus menerima ketiga hipotesis pada penelitian yaitu suasana toko dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

f. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Besar hubungan antara variabel keputusan pembelian dengan suasana toko yang dapat di hitung dengan koefisien korelasi adalah 0,272, sedangkan variabel keputusan pembelian dengan kualitas layanan adalah 0,173. Secara teoritis karena korelasi antar keputusan pembelian dan suasana toko lebih besar, maka variabel suasana toko berpengaruh lebih terhadap keputusan pembelian dibanding variabel kualitas layanan.

Persamaan Regresi

$$Y = 1,316 + 0,272X_1 + 0,173X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Suasana Toko

X₂ = Kualitas Layanan

e_i = error

Pembahasan

1. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang

Suasana toko secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang. Berdasar hasil analisis diketahui bahwa variabel suasana toko (X₁) memiliki indikator yang berperan penting dalam meningkatkan pembelian konsumen yaitu indikator pencahayaan. Kesimpulannya adalah semakin tinggi pengaruh yang diberikan suasana toko (X₁) maka semakin tinggi keputusan pembelian pada Toserba Gajah Mada di Jombang.

Berdasarkan indikator dari variabel suasana toko yaitu pencahayaan. Toserba Gajah Mada memiliki pencahayaan yang bagus. Sehingga membuat konsumen mudah dalam memilih produk – produk yang akan dibeli. Selanjutnya untuk indikator ventilasi didalam Toserba memiliki pintu yang sangat lebar sehingga pada siang hari tanpa meyalakan lampu ruangan tetap terlihat jelas/ tidak gelap, selain itu juga memiliki jendela sehingga membuat ruangan menjadi tidak pengap. Selanjutnya untuk indikator tata letak Toserba Gajah Mada sangatlah rapi, produk – produknya ditata sesuai jenisnya dan diberi jarak agar konsumen mudah untuk memilih. Untuk indikator musik, di dalam Toserba diberi alunan musik sehingga membuat para konsumen tidak bosan dan semakin betah pada saat belanja. Selanjutnya yaitu indikator papan nama, dimana papan nama Toserba Gajah Mada sangatlah jelas pada saat konsumen membacanya karena tulisannya besar dan agak menjorok ke jalan raya. Selanjutnya yaitu indikator tempat parkir, dimana tempat parkir yang disediakan Toserba Gajah

Mada sangatlah luas dan ada penjaganya, sehingga para konsumen yang berbelanja tidak merasa khawatir. Dan yang terakhir yaitu indikator lokasi, untuk lokasi Toserba Gajah Mada sangatlah strategis dan terletak dipinggir jalan raya/ jantung Kota Jombang, sehingga tidak menyulitkan konsumen untuk datang berbelanja di Toserba Gajah Mada.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosmida (2011) dapat disimpulkan bahwa suasana toko sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian di atas menyatakan adanya persamaan antara penelitian terdahulu dengan hasil penelitian.

Hasil penelitian sama dan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Gilbert (2003) dalam Foster (2008:60) bahwa suasana toko merupakan pesan fisik yang dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap pembelian yang dihasilkan efek emosional yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dengan teori saling menguatkan.

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Gajah Mada di Jombang

Kualitas layanan sangat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toserba Gajah Mada di Jombang. Berdasar hasil analisis diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X₂) memiliki indikator yang berperan penting dalam meningkatkan pembelian konsumen yaitu indikator daya tanggap. Apabila indikator daya tanggap kurang, maka pelanggan akan berkurang berbelanja di toserba tersebut. Kesimpulannya adalah semakin tinggi pengaruh yang diberikan kualitas layanan (X₂) maka semakin tinggi keputusan pembelian pada Toserba Gajah Mada di Jombang

Berdasarkan indikator kualitas layanan yaitu daya tanggap. Toserba Gajah Mada memiliki karyawan yang cekatan dan terampil, apabila ada konsumen yang kesulitan mencari barang/produk yang diinginkan karyawan Toserba langsung menanyai atau langsung mengantarkan konsumen ke tempat produk tersebut. Selanjutnya yaitu indikator jaminan, apabila ada barang/produk konsumen yang ketinggalan atau barang/produk yang salah di kasir dapat langsung diminta dengan syarat harus membawa struk pembelian. Selanjutnya untuk indikator empati, apabila ada konsumen yang lupa membawakeranjang belanja pada saat berbelanja, maka karyawan segera mengambilkan keranjang belanja untuk konsumen.

Indriyanti (2013) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian di atas menyatakan adanya persamaan antara penelitian terdahulu dengan hasil penelitian.

Hasil penelitian sama dan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Usmara (2003:96) mendefinisikan kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Sejalan juga dengan teori dari Tjiptono (2008) mendefinisikan

Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang

kualitas layanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian dari tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dengan teori saling menguatkan.

3. Pengaruh suasana toko dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang

Berdasar hasil analisis diketahui bahwa variabel suasana toko dan variabel kualitas layanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menjelaskan bahwa suasana toko dan kualitas layanan saling berkaitan satu sama lain. Pada indikator keputusan pembelian (Y) indikator pilihan produk memiliki pengaruh yang sangat tinggi dalam melakukan keputusan pembelian pada Toserba Gajah Mada di Jombang.

Berdasarkan indikator kualitas layanan yaitu pilihan produk. Di dalam Toserba Gajah Mada memiliki berbagai macam produk yang dijual, mulai dari produk kosmetik, produk makanan dan minuman, produk bayi dan shampoo, produk sabun, dll. Selanjutnya yaitu indikator waktu pembelian, Toserba Gajah Mada mulai buka pukul 08.00 sampai 21.00 WIB. Lalu untuk indikator jumlah pembelian yaitu didalam Toserba Gajah Mada tidak ada batasan sama sekali dalam berbelanja. Maksudnya disini konsumen boleh mengambil semua produk yang ingin dibeli tanpa harus memesan terlebih dahulu. Selanjutnya untuk indikator metode pembelian yaitu konsumen bisa membayar belanjaan dengan cara debit maupun cash.

Nuridja dan Julianti (2014) menyatakan secara bersama-sama suasana toko dan kualitas layanan dapat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian di atas menyatakan bahwa terjadi adanya persamaan antara penelitian terdahulu dengan hasil penelitian.

Hasil penelitian sama dan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Setiadi (2003:415) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan proses perintegrasi yang mengkombinasi pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku kognitif dan memilih salah satu diantaranya. Dari hasil penelitian di atas menyatakan adanya persamaan antara penelitian terdahulu dengan hasil penelitian. Sejalan juga dengan teori dari Sumarwan (2004:415) bahwa keputusan pembelian merupakan sebagai pemiliha suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dengan teori saling menguatkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Suasana toko (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jomb
2. Kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang.

3. Suasana toko (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toserba Gajah Mada di Jombang.

Saran

1. Pada Toserba Gajah Mada khususnya variabel suasana toko dengan indikator ventilasi yaitu sebaiknya diberi AC agar di dalam toko lebih nyaman dan konsumen semakin betah berbelanja di toserba tersebut.
2. Untuk variabel kualitas layanan khususnya pada indikator daya tanggap sebaiknya ditingkatkan lagi. Supaya karyawan dengan konsumen lebih dekat lagi.
3. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk dapat menemukan variabel-variabel baru seperti: variabel harga, variabel kualitas produk, variabel citra merek yang mampu menjadi variabel pendukung dalam menentukan keputusan pembelian dan menjadi panduan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Indriyanti. 2013. "Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian Buku di Togamas Jl. Dr. Moewardi No. 21 Solo". *Skripsi. Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Kotler dan Keller .2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks.
- _____. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas Jilid 1. (Benyamin Molan) Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Christoper H dan Lauren K Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: INDEKS.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Rosmida. 2011. "Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Center Mart Bengkalis". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 15 (1) : hal. 110-122
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*.